



Business

Worldsourcing - brak Lenova i IBM. Prilikom spajanja kompanija teško je spojiti i njihove korporativne kulture. Posebno izazovan zadatak imao je menadžer *Lenova*, *Bil Amelio*, koji je objedinio nespojivo, uspešnu kinesku kompaniju *Lenovo* i ikonu američkih brendova *IBM*. Kada je kinseki proizvođač preuzeo deo *IBM* 2005. godine i ubrzo postao treći svetski PC proizvođač, najveći izazov je bio kako ujediniti kompaniju sa glavnim sedištima u Kini i Americi. Odlučeno je da glavno sedište kompanije uopšte ne postoji, a da glavni menadžeri sastanke drže na različitim lokacijama. Ovaj metod gospodin *Amelio* je nazvao „worldsourcing“. Potom je na opšte zaprepašćenje svih za marketing centar izabrana Indija. Posebno pitanje bilo je koliko dugo zadržati *IBM* logotip na novim računarima. Uprkos nekim savetima da se on zadrži što duže, hrabri direktor je odlučio da rok skрати za 2 godine. „Teško je raditi u kompaniji i sve vreme gledati u tuđ logotip“ – kaže *Amelio*.

Ko su kineski lideri? Kinesko tržište je jedno od najvećih i najekspanzivnijih na svetu, a njegov ogroman nedostatak je manjak stručne radne snage. Multinacionalne kompanije koje posluje u Kini primorane su da svoje lidere sele u ovu zemlju zbog nemogućnosti da pravi kadar pronađu tamo. Povratak Kineza koji su se iselili u Ameriku i tamo školovali predstavlja rešenje ovog problema. *Rebecca Weiner*, kineski konsultant, je živela od 1985. povremenuo u Kini, a povremeno u Americi, kaže da su Amerikanci kineskog porekla zaista dobro rešenje. U Kini trenutno posluje više od 5,5 mil privatnih kompanija. Po pisanju *China Dailyja*, taj podatak govori da se pozicija tih kompanija u Kini dodatno učvršćuje. Uglavnom su to kompanije kojima upravlja jedna osoba ili porodica i imaju do sedam zaposlenih, pa se ne susreću sa problemom nedostatka lidera. Više od 70% urbanih zaposlenih radi upravo u takvim kompanijama.

Manjak kvalitetnih radnika. Prema istraživanjima *CBI* i *KPMG*, firme u Londonu suočavaju se smanjenjem kvalitetnih radnika, diplomaca i osoba sa nižom stručnom spremom. Većina firmi je suočena sa nedostatkom ključnih poslovnih sposobnosti kao sto su komunikacija, timski rad, tehničke i menadžerske veštine, kao i pozitivan stav. Kako bi rešile problem, većina britanskih firmi odlučuje da regrutuje svoje zaposlene iz Istočne i Centralne Evrope i ostalih delova EU.

Bayer ulaže čak €1 mlrd u zaštitu životne sredine. Nemački farmaceutski gigant *Bayer* najavio je da će u naredne 3 godine uložiti čak €1 mlrd u zaštitu životne sredine. Priznajući da njihove poslovne aktivnosti uzrokuju zagađenje, proizvođač *Aspirina* objavio je da će restrukturirati svoje proizvodne procese i izgraditi objekte koji će upotrebljavati manje energije. Kompanija je već smanjila emisiju štetnih gasova za 36% i name-rava da ih dodatno smanji do 2020. godine.

Communications



Tokio je najukusniji grad.

Zasenivši London, Pariz i Njujork, Tokijo je odnedavno postao zvanično najukusniji grad na svetu. Japanskoj prestonici ovu krunu dodelila je francuska kompanija *Michelin* koja se više od jednog veka bavi procenivanjem kvaliteta kuhinja širom sveta, kroz svoj *Guides Rouges*. Osam restorana je dobilo čak tri zvezdice ovog vodiča za restorane, a ukupno 150 objekata je dobilo barem jednu zvezdicu. Pariz i London imaju manje od 148 objekata sa zvezdicama, čime je Tokio postao svetski lider u najukusnijim jelima i najboljim restoranima. Gurmanski trijumf nije iznenadio Japance kojima je dobra kuhinja već vekovima nacionalna opsesija. Glavni adut je u kvalitetnim sastojcima. Tokijo ima najveću svetsku pijacu ribe i prehrambenu industriju koja proizvodi možda i najkvalitetnije meso, voće i povrće u svetu.

Google mape i na pumpama. Pumpe koje je napravio *Gilbarco Veeder-Root*, sa aplikacijom *Google Maps* ce pomoći izgubljeni vozačima u Americi pri snalaženju na nepoznatom terenu. Servis *Google Map* sa malim ekranom u boji će biti instaliran u 3,500 benzinskih pumpi koje će omogućavati svojim korisnicima prikaz puta do krajnjeg odredišta, kao i informacije o najbližim hotelima, znamenitostima i slične servisne informacije.

Lobiranje je trenutno vruća tema EU. Ombudsman EU je nedavno uložio protest zbog prakse Evropske komisije da precrta ili zatamni imena lobista na svojim dokumentima. Poseban problem se javio na antitrust sastanku pivarske industrije. Evropski sud je odlučio da od sada svaki lobista mora da bude vidljivo prikazan u dokumentima i zapisnicima. U EU sada radi oko 20000 lobista za razne industrije, iz PR i advokatskih firmi, kao i razne NVO.

Virtuelni Dan zahvalnosti. Prema istraživanjima *Bil Tancera* iz *Hitwisa* poslednjih godina zabeležen je porast internet aktivnosti u vreme Dana zahvalnosti. Taj porast beleži sve veći pristup domaćica koje dok čekaju da se njihove ćurke ispeku, surfuju na internet stranama kao bi diskutovale o svojim receptima i saznale o novim prazničnim popustima. U nedelji Dana zahvalnosti zabeležen je najmanji broj pretraga termina „dijeta“, a najveći skok upravo beleži termin „depresija“, zbog onih koji praznike provode bez porodice i najbližih. Termin „verenički prsten“ takođe beleži porast za vreme najpoznatijeg američkog praznika. Interesantno je da većina pretraga ne počinje pre Dana zahvalnosti, već tek posle porodične gozbe.

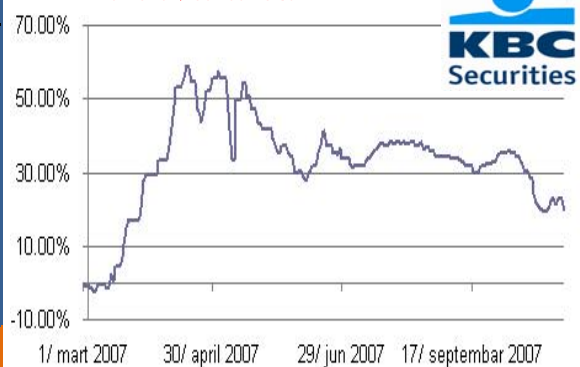


BC Portfolio

Nerešen status Kosova, visok rast tržišta u prethodnom periodu, kriza na tržištima u regionu, a od ove nedelje i IPO jedne od najvećih banaka u Sloveniji, Mariborske Nove Kreditne Banke. Sve su ovo razlozi nedeljnog crvenila na berzi. Investitori su u proseku u novembru izgubili 15 do 18 % uložene novca, procenjuju analitičari. Za to vreme je promet prilično dobar - kupuju oni koji mogu i veruju.

Naziv akcije	Vrednost 1. mart	Vrednost 22. novembar
Komercijalna banka	186.000,00	197.406,00
AIK banka	133.254,00	161.748,00
Dunav osiguranje	127.200,00	98.000,00
Univerzal banka	99.590,00	78.000,00
Tigar	132.459,00	117.250,00
Energoprojekt holding	132.203,00	184.836,00
Ukupna vrednost	810.706,00	837.640,00

Promena vrednosti u %



Tips & Tricks – 7 osobina uspeha



Ništa ne uspeva tako kao uspeh! Istraživači su ispitivali nekoliko grupa izuzetno uspešnih ljudi i došli su do sledećeg zaključka: bilo da ste uspešni i poznati atletičar, umetnik, pisac, političar ili milioner, zasigurno imate 7 osnovnih osobina koje krase USPEŠNE. Autor istraživanja Filip Humbert nazvao je to 7

"Sisters Of Success" - sestara uspeha.

1. SAMOSVEST

Prva stvar koja upada u oči kada se upoznate sa uspešnima je koliko su oni svesni sebe. Znaju svoje vrednosti i ciljeve i jasno su opredeljeni oko glavnih životnih odluka. Čest je slučaj da priznaju i neke greške, ponekad žale za propuštenim stvarima, ali su uglavnom zadovoljni onim što je iza njih. Krasi ih optimizam i čvrsta uverenost kada je reč o budućnosti.

2. KONKRETNI CILJEVI

Uspešni ljudi najčešće imaju izlistane i napisane ciljeve, kako mesečne tako i desetogodišnje. Impresivno je da su svi ciljevi napisani rukom. Atletičari imaju na umu rezultate i rekorde koje bi trebalo ostvariti, dok poslovni ljudi imaju ciljeve u vezi sa prodajom i ličnim napredovanjem. Karakteristično je da svi oni imaju zapisane i porodične i lične ciljeve koji su detaljno razrađeni poput onih profesionalnih. Dakle, savet koji često čujemo da ciljeve treba fizički i bukvalno zapisivati, zaista deluje! A posle ciljeva sledi - uporan rad.

3. VAŽNI I ZNAČAJNI KONTAKTI

Pored gajenja korisnih i važnih poslovnih i socijalnih kontakata, nega mreže ličnih prijatelja i kolega takodje karakteriše uspešne pojedince. Svaki od njih odaje priznanje mentoru ili kolegi koji im je otvorio vrata ili pružio šansu kada im je najviše bila potrebna. Oni su veoma zahvalni svim svojim učiteljima i slažu se da je uspeh rezultat dugodišnjeg partnerstva sa mnogim ljudima.

4. NADAHNJUJUĆI IDEALIZAM

Sve uspešne ljude krasi idealizam. Oni su motivisani da kreiraju bolji svet, da doprinesu i pomognu drugima. O svojim idealima i misiji govore nadahnuto i ubedljivo, tako da to često izaziva iznenađenje.

5. PRAGMATIČNOST

Bez obzira na njihov idealizam, uspešni ljudi su veoma pragmatični. Usmereni su na rešavanje konkretnih problema i nalaženje rešenja. Edukuju se, koriste nove tehnologije, informacije i nove veštine kako bi dosegli do svojih najvažnijih ciljeva. Uglavnom nisu zainteresovani za suvišne teorije, zastarela rešenja, običaje ili ono što je „bilo pa prošlo“.

6. NATPROSEČNA RADOZNALOST

Osim što su pametni, uspešni stalno čitaju novine, prate dešavanja i pokušavaju da uče o svemu što ih okružuje. Prate politiku, žele da znaju sve, počev od berze do kulinarsstva. Većina njih nije pravi ekspert za sve ove oblasti, ali su dobrog opšteg obrazovanja i radoznali. Uglavnom su zaradili svoje „doktorate“ u praksi.

7. SAMODISCIPLINA

Uspešni ne gube vreme i ne oslanjaju se samo na sebe, jer rade i u timu. Posvećeni su svojim zadacima i uporno ih izvršavaju. Inače, ne plaše se da kažu kojih su godina, da pričaju o svojim vezama, poslovnim stvarima ili snovima. Brojke i datumi, dolari i centi su veoma važni za njih, i vrlo jasno govore o njima. Njihov uspeh većinom nije posledica porodične tradicije. Po pravilu, nisu rođeni bogati i uglavnom nisu do kraja završili studije. Za njih se u mladosti nije moglo reći: ovo će biti uspešna osoba. Nisu osvojili sedmicu na lotou. Oni su samo uporno i disciplinovano sledili plan koji ih je doveo do najviših stepenica uspeha.



7 sestara uspeha:

1. Samosvest
2. Konkretni ciljevi
3. Važni i značajni kontakti
4. Nadahnjujući idealizam
5. Pragmatičnost
6. Natprosečna radoznalost
7. Samodisciplina



Sve ove veštine može svako naučiti. Ne postoji tajna za uspeh. Talenat sreća, porodično nasleđe nemaju nikakve veza sa tim. Svi uspešni ljudi su znali šta žele i iskoristili su svoje veze, naporan rad, strpljenje i disciplinu kako bi dostigli neverovatne rezultate. To možete i vi!

Dok razmišljate o tome da li posedujete sve osobine koje krase uspešne ljude, odmaknite se od kompjutera, uzmite papir i olovku i rukom ispišite vaše ciljeve za vikend na poslovnom i privatnom planu. Ukoliko ostvarite neki od njih do ponedeljka, prešli ste prvu stepenicu uspeha.

Vaš Bovan tim



Uspeh nije ključ sreće. Sreća je ključ uspeha. Ako volite ono što radite, bićete uspešni.

Alberta Schweitzer

SEMINARI, KONFERENCIJE:

- 19. - 23. 11. 07. - "BizDays", Svetski trgovinski centar, Bukurešt, Rumunija
- 24. 11. 07 - Promocija knjige "Volim brend, živim za brend" i otvaranje izložbe "Koliko srpski dizajneri vole brendove?", Galerija Ozon, Beograd
- 29. 11. 07. - "Brian Tracy uživo u Beogradu", Sava Centar, Beograd
- 26. - 30. 11. 07. - "PR week", Media Centar, Attache PR agency, Beograd
- 05. - 06. 12. 07. - "Finansijske usluge u jugoistočnoj Evropi", Ekonomist, 3. forum, Hotel Hyatt
- 06. 12. 07. - "Burnout sindrom", Privredna komora Beograda i Centar za poslovno obrazovanje i upređenje kvaliteta, Privredna komora Beograda sala II, Beograd
- 08. 12. 07. - "Upravljanje stresom", Privredna komora Beograda, sala II, Beograd



Urednik: Ana B. Bovan, zamenik urednika: Maja Vlahović
Za vas pišu i:
M. Barać Stojanović, M. Djordjević, D. Tasić, M. Denić,
R. Zogović, S. Stojanović
Grafčki dizajn: A. Nikolić LOOP



Bovan Consulting
BUSINESS & STRATEGY COUNSEL

Prijava i reklamiranje: bc.bilten@bovan.eu
Adresa redakcije: Žorža Klemansoa 13,
11000 Beograd, Srbija
posetite bovan.eu
Fix +381 11 3036 133, 3036 134,
fax +381 11 3284 380